



Elaboração de Curriculum Vitae

Lembre-se que o currículo é apenas uma peça de "propaganda". Um currículo não é autobiografia. Ele deve ser feito para ajudar a "vender" o produto "você". Ele é uma ferramenta suplementar ao processo de busca de novas opções de carreira. Ele complementa o programa de contatos pessoais, reuniões, eventos e entrevistas. Nunca, ou quase nunca, deve ser encaminhado isoladamente. Existe uma tendência humana para evitar o constrangimento de sentir-se não aceito, ou pior, rejeitado. Assim, algumas pessoas tentam conduzir seu processo de busca apenas através do envio do currículo. Usado desta maneira, por melhor elaborado que possa estar o currículo, perde muito de sua força e acaba não produzindo o efeito imaginado.

O objetivo do envio de um currículo sempre será de conseguir uma entrevista. A entrevista é que pode lhe valer uma oferta de novas oportunidades de carreira. Na entrevista você pode preencher os detalhes que não estavam no currículo. Normalmente um currículo é "dirigido" para uma "área ou função", ao invés de sê-lo para um possível empregador ou novo "chefe". Na verdade um currículo pode ser escrito diretamente para uma empresa, um cargo e, até mesmo, para uma determinada pessoa. Este é um excelente enfoque e talvez seja a forma mais efetiva. Normalmente o currículo e o e-mail de apresentação que o acompanha serão lidos por "selecionadores profissionais".

Na busca de eficácia no processo de seleção eles acabam tentando encontrar rapidamente boas razões para "eliminar" candidatos para entrevistas. Por isso, não deve haver nada em seu currículo que pos

eliminá-lo prematuramente. Um currículo muito longo e complicado, ninguém lê. Ninguém gosta de ler um currículo cheio de frases e palavras, biográfico demais, com erros de linguagem, de digitação. A melhor maneira de se conseguir escrever um bom currículo é tentar se imaginar como o empregador e pensar no que, e em quem, ele gostaria de ter no cargo, na vaga, que você deseja ocupar. Reveja seu objetivo profissional, agora pelo ponto de vista de seu futuro empregador.

Recrutadores normalmente têm muita dificuldade em definir exatamente o que eles estão procurando, no entanto, um empregador quase sempre sabe exatamente quais são seus problemas que o novo empregado precisa saber resolver. Resolver problemas, este é o ponto vital para se ter em mente e transmitir no currículo. Que problemas você sabe resolver. Seu valor como um candidato potencial depende de quanto você pode convencer um empregador que você tem a capacidade de resolver os problemas que ele quer ver resolvidos. O princípio que deve nortear a elaboração do seu currículo é a demonstração clara e destacada de suas habilidades em resolver estes problemas de forma lucrativa para o futuro empregador. Encontre as palavras adequadas, transmita benefícios. O objetivo é transmitir um sentido correto e sugerir benefícios rápidos ao potencial empregador. Portanto, use palavras com significado e impacto fortes. Palavras e verbos de ação, que transmitam participação, envolvimento, cumprimentos, realizações.

Uma realização é uma ação que produziu um resultado final significativo. Informação é simplesmente uma frase, um fato, tal como uma descrição de obrigações, um nome de cargo, de cursos realizados, etc. Ela não transmite o sentimento de alguma coisa conseguida. Ambas são formas validas, mas, obviamente, uma realização é muito mais forte para "vender" você. A fórmula do tipo "a quem possa interessar", baseada no "eu sou, eu fiz, etc," é um dinossauro, não tem o foco no cliente, não é baseado em

competências, em realizações, ou seja, não tem nada daquilo que o mundo atual exige.

Finalmente existem algumas regras; use a menor quantidade de palavras necessárias para transmitir suas ideias. Seja direto, preciso, e apresente benefícios. Use sentenças e parágrafos curtos. Não tente expor muitas ideias de uma só vez. Deixe de fora dados que não lhe ajudarão a conseguir uma entrevista. O melhor é escrever o currículo em uma só página. Mesmo que se acabe com duas. Projete um “layout” atraente.

Lembre-se, o currículo é uma propaganda. Um dos primeiros critérios de uma boa propaganda é um bom “layout”. Uma apresentação é boa quando “bonita”, com tipos, espaços e margens adequadas que conduzem o olhar para os pontos importantes. Em resumo, faça-o mais fácil de ser lido. Um primeiro parágrafo muito pesado não é atraente. Nenhum parágrafo pode ser volumoso. É melhor ter-se dois pequenos parágrafos do que um só pesado. Caso uma segunda página precise ser usada, esteja seguro que as informações chaves foram colocadas na primeira página.

Caso opte por colocar foto certifique-se de enviar uma boa foto. Tire a foto com um profissional. Vale cada centavo investido. A foto não precisa ser apenas do rosto. Use uma onde apareça em pose mais relaxada em um jardim ou em mesa de trabalho. Procure passar a melhor impressão. O e-mail de apresentação que acompanha o currículo serve para encorajar o empregador a ler seu currículo.

Se enviar 15 cópias de currículo para diferentes empregadores, você deverá escrever 15 diferentes apresentações. Cada e-mail tem que ter algo especial que faça a ponte entre suas habilidades e as necessidades do emprego. Ele deve ser resultado de investigação nos problemas específicos e nas necessidades de solução de cada empregador. Você

pode deduzir estes problemas por artigos de jornais e revistas de negócios, por informações gerais, ou até mesmo de “mexericos e fofocas” sobre a empresa ou sobre algumas pessoas ligadas a ela. Você deve misturá-las com “bom senso”.

Finalmente. Releia o que escreveu. Será que daria para cortar mais palavras? Fatos poderiam ser mais claros? Edite. Limpe. Corte. Lembre-se que seu público não tem tempo, nem interesse em fazer esforços para entendê-lo. Escrever um currículo é provavelmente uma das mais difíceis formas de comunicação no mundo dos “negócios”.

Ferramenta-exercício 14 : Elabore a primeira versão de seu CV e prepare um mini CV

Referência Bibliográfica

GUIMARÃES, G. Liderança Positiva. São Paulo: Évora, 2012.

DRUCKER, P. Desafios gerenciais para o século XXI. 8ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

CLAVIER, Dominique; DI DOMIZIO, Annie; PELLETIER, Denis. Accompagner sur le chemin du travail: de l'insertion professionnelle à la gestion de carrière. Septembre éditeur, 2007.

CLAVIER, Dominique. Quelle pratique pour le Bilan de compétences?. Carriérologie, Revue francophone internationale, v. 8, n. 3, 2002.

LIMOGES, Jacques et al. Stratégies de maintien au travail. Sainte-Foy: Septembre, 2001.

Ir para exercício